

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 28.11.2024 18:08:21

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«29» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДЭ.02.02 БЛОГГИНГ
(элективная дисциплина)**

**Для направления подготовки:
42.03.05. Медиакоммуникации**

**Тип задач профессиональной деятельности:
организационный**

**Направленность (профиль):
Продюсирование мультимедиа проектов**

**Формы обучения:
очная**

Москва – 2023

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«13» июня 2023 г.


(подпись)

/А.Н. Толкачев /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.05 Медиакоммуникации (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 527 от 08.06.2017 г.

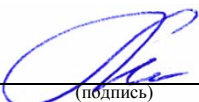
СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 10 от «22» июня 2023 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: сформировать у обучающихся компетенции в области знаний о создании, ведении, продвижении корпоративного блога, а также представление об инструментах использования блогов в деятельности СМИ.

Задачи:

- организовать изучение современной блогосферы как элемента медиаиндустрии;
- сформировать понимание функций блогинга и SMM в социальной и бизнес сферах;
- сформировать практические навыки создания блог-контента и ведения блогов различной тематической и технологической направленности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений, элективные дисциплины.

Осваивается: 7 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1 - способен создавать сценарный материал для нового продукта с учетом формата, тематики и имеющихся ресурсов и материалов (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 Способен создавать сценарный материал для нового продукта с учетом формата, тематики и имеющихся ресурсов и материалов (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)	ПК-1.1. Определяет тему и основное содержание нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	Знает: конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии и корпоративные требования к продуктам Умеет: анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве и информационном поле Владеет: навыком отбора тем и разработки содержания сценарных материалов
	ПК-1.2. Определяет целевую аудиторию нового продукта	Знает: методы проведения маркетингового исследования, в том числе исследования для определения целевой аудитории нового медиапродукта

		<p>Умеет: использовать современные маркетинговые и информационно-коммуникационные технологии при проведении исследований</p> <p>Владеет: навыком проведения исследований и анализа результатов</p>
--	--	--

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Блоггинг» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.05. Медиакоммуникации, составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
Аудиторные занятия	36
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	72
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Зачет – 7 семестр
Трудоемкость (час.)	-
Общая трудоемкость з.е. / часов	3 з.е. / 108 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Блог как инструмент создания персонального бренда. Психологические основы работы в сети	5	6	-	18
3	Основы маркетинга и монетизации блога	5	6	-	18
4	Управление медиапроектами	4	6	-	18
Итого (часов)		18	18	-	72
Форма контроля:		зачет			-

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Блог как персональное СМИ

Тенденции развития блогосферы. Разновидности блогов и специфика каждой блог-платформы. Обзор площадок для ведения блогов. Контент для блога. Как зарабатывать на ведении блога деньги и известность. Блоги и социальные сети в бизнесе. Блоги и социальные сети в политике. Обзор существующих форматов блогов.

Тема 2. Блог как инструмент создания персонального бренда. Психологические основы работы в сети

Основы персонального брендинга: выбор сферы деятельности блога. Формулировка тематики блога. Разработка позиционирования блога. Аудит социальных сетей.

Психологические основы работы в сети интернет. Управление репутацией в сети интернет. Защита авторских прав и интеллектуальной собственности.

Тема 3. Основы маркетинга и монетизации блога

Продвижение блога. Оптимизация текста для поисковых систем. Установка и настройка профессиональной статистики для блога. Social Media Marketing. Правовые основы работы в сети интернет. Монетизация блога. Особенности продвижения корпоративного бренда в сети интернет. Мастерство написания заголовков. Разработка digital-стратегии для бизнеса. Теория сетевых сообществ. Контекстная реклама. Реклама в социальных сетях.

Тема 4. Управление медиапроектами

Управление каналом на Youtube. Видеотрансляции в Periscope и Facebook - специфика вещания в прямом эфире. Технологии подбора команды для медиапроекта. Этапы работы над видеороликом, предпродакшн и постпродакшн. Обзор систем мониторинга и аналитики медиасферы. Основы управления проектами.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Крюкова, Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов : как получить трафик и конвертировать его в продажи : [16+] / Е. Крюкова, Д. Савельев ; ред. Л. Любавина. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 303 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=495615
2. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 260 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454124
3. Чхартишвили, А. Г. Социальные сети : модели информационного влияния, управления и противоборства : учебное пособие : [16+] / А. Г. Чхартишвили, Д. А. Губанов, Д. А. Новиков ; Российская Академия Наук, Институт проблем управления. – Москва : Физматлит, 2010. – 228 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=82767
4. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684274
5. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие : [16+] / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=493884

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.py

2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <https://zarubinaleksandr.com/instrumenty-internet-biznesa/blogging/> - основы ведения блога
10. <https://www.cossa.ru> - Cossa — интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 423

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 22 компьютера, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.В.ДЭ.02.02 БЛОГГИНГ
(элективная дисциплина)

Для направления подготовки:
42.03.05 Медиакоммуникации
(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:
Организационный

Направленность (профиль):
Продюсирование мультимедиа проектов

Форма обучения:
очная

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 Способен создавать сценарный материал для нового продукта с учетом формата, тематики и имеющихся ресурсов и материалов (медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)	ПК-1.1. Определяет тему и основное содержание нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации	Знает: конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии и корпоративные требования к продуктам Умеет: анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве и информационном поле Владеет: навыком отбора тем и разработки содержания сценарных материалов
	ПК-1.2. Определяет целевую аудиторию нового продукта	Знает: методы проведения маркетингового исследования, в том числе исследования для определения целевой аудитории нового медиапродукта Умеет: использовать современные маркетинговые и информационно-коммуникационные технологии при проведении исследований Владеет: навыком проведения исследований и анализа результатов

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Не знает: конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии и корпоративные требования к продуктам Не умеет: анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве и информационном поле Не владеет: навыком отбора тем и разработки содержания сценарных материалов	В целом знает: конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии и корпоративные требования к продуктам, но допускает грубые ошибки В целом умеет: анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве и информационном поле, но часто испытывает затруднения В целом владеет: навыком отбора тем и разработки содержания сценарных материалов,	Знает: конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии и корпоративные требования к продуктам, но иногда допускает ошибки Умеет: анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве и информационном поле, но иногда испытывает затруднения Владеет: навыком отбора тем и разработки содержания сценарных материалов,	Знает: конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии и корпоративные требования к продуктам Умеет: анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве и информационном поле Владеет: навыком отбора тем и разработки содержания сценарных материалов

	но часто испытывает затруднения	но иногда испытывает затруднения	
<p>Не знает: методы проведения маркетингового исследования, в том числе исследования для определения целевой аудитории нового медиапродукта</p> <p>Не умеет: использовать современные маркетинговые и информационно-коммуникационные технологии при проведении исследований</p> <p>Не владеет: навыком проведения исследований и анализа результатов</p>	<p>В целом знает: методы проведения маркетингового исследования, в том числе исследования для определения целевой аудитории нового медиапродукта, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: использовать современные маркетинговые и информационно-коммуникационные технологии при проведении исследований, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком проведения исследований и анализа результатов, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: методы проведения маркетингового исследования, в том числе исследования для определения целевой аудитории нового медиапродукта, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: интерпретировать использовать современные маркетинговые и информационно-коммуникационные технологии при проведении исследований, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком проведения исследований и анализа результатов, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: методы проведения маркетингового исследования, в том числе исследования для определения целевой аудитории нового медиапродукта</p> <p>Умеет: использовать современные маркетинговые и информационно-коммуникационные технологии при проведении исследований</p> <p>Владеет: навыком проведения исследований и анализа результатов</p>

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример творческих заданий:

1. Проведите мониторинг и классификацию российской блогосферы: подберите по несколько наиболее ярких примеров блогов.
2. Опишите специфику и наиболее заметных представителей московской блогосферы.
3. Разработайте концепцию блога: определите его формат, тему, позиционирование.
4. Разработайте стратегию продвижения блога.
5. Создайте контент-план для блога на месяц.

Оценка творческих заданий производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачёту:

1. Оптимизация текста для поисковых систем.
2. Установка и настройка профессиональной статистики для блога.
3. Social Media Marketing.
4. Правовые основы работы в сети интернет.
5. Особенности продвижения корпоративного бренда в сети интернет.
6. Мастерство написания заголовков.
7. Разработка digital-стратегии для бизнеса.
8. Теория сетевых сообществ.
9. Контекстная реклама.
10. Реклама в социальных сетях.

11. Управление репутацией в сети интернет.
12. Управление каналом на Youtube.
13. Видеотрансляции в Periscope и Facebook - специфика вещания в прямом эфире.
14. Технологии подбора команды для медиапроекта.
15. Организация канала продаж через Интернет и роль блога в этой системе.
16. Основы управления проектами.
17. Основы использования инфографики в блоге.
18. Защита авторских прав и интеллектуальной собственности.
19. Автоматизированные системы для ведения бизнеса в Интернете.
20. Обзор систем мониторинга и аналитики медиасферы.
21. Этапы работы над видеороликом, предпродакшн и постпродакшн.
22. Основы тележурналистики.
23. Монтаж видеороликов. Приемы и типичные ошибки.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания. 2. Аргументированность выводов. 3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость. 	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо			глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно			знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 10 от 22.06.2023 г.).